

# مطالعه تطبیقی صنعت خودروسازی در کشورهای مختلف جهان

معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی  
دفتر: مطالعات انرژی، صنعت و معدن

کد موضوعی: ۳۱۰  
شماره مسلسل: ۱۴۸۰۲  
اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۵

## به نام خدا

### فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۱.....	مقدمه
۲.....	بررسی روند تحولات صنعت خودرو در جهان
۴.....	استراتژی کشورهای جهان در بخش خودروسازی
۴.....	۱. کره جنوبی
۵.....	۲. هند
۷.....	۳. ترکیه
۱۰.....	۴. چین
۱۴.....	۵. برزیل
۱۵.....	۶. روسیه
۱۶.....	۷. آفریقای جنوبی
۱۶.....	۸. مالزی
۱۷.....	جمع بندی، نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها
۱۹.....	منابع و مأخذ



## مطالعه تطبیقی صنعت خودروسازی در کشورهای مختلف جهان

### چکیده

هدف اصلی این گزارش بررسی استراتژی و تجارب کشورهای مختلف در صنعت خودروسازی و احصای موارد قابل انطباق در صنعت خودروسازی ایران است. بررسی صنایع خودروسازی جهان نشان‌دهنده رشد آرام و تمرکز بر رشد و رونق بازار خودرو در بازارهای نوظهور است. به همین دلیل استفاده بهینه از تجارب موفق دیگر کشورها به خصوص در شرایط فعلی اقتصاد کشور و به‌ویژه در شرایط پساتحریم فعلی می‌تواند به توسعه این صنعت در کشور کمک کند.

یافته‌های این تحقیق که برگرفته از بررسی استراتژی و رویکرد کشورهای مختلف در صنعت خودروسازی است حکایت از این دارد که استفاده از پلتفرم مشترک و توسعه آن در مقیاس جهانی، ادغام خودروسازان با هدف ارتقای قدرت رقابت‌پذیری، تقویت و ارتقای صنعت قطعه‌سازی در مقیاس جهانی با تغییر رویکرد به توسعه صنعت قطعه‌سازی و خودروسازی از طریق جذب و گسترش همکاری‌های خارجی؛ همانند تجربه هند و چین برای ترکیب برندهای داخلی و خارجی، تجربه ترکیه در جذب خودروسازان بین‌المللی و توسعه صنعت قطعه‌سازی و اجتناب از رویکرد خودروی ملی، تجربه برزیل صرفاً براساس جذب خودروساز و قطعه‌ساز خارجی براساس مقتضیات نیاز بازار، توسعه همکاری‌های خارجی و توان تکنولوژی در تولید خودرو و بهره‌مندی ترکیه و برزیل از سرریز همکاری‌های خارجی و در نهایت اتصال به شبکه تولید و توزیع جهانی از مهمترین رهیافت‌های کشورهای موفق در زمینه صنعت خودرو است.

### مقدمه

اتخاذ سیاست‌های کارآ و درعین حال عملیاتی، اولین گام برای هموارسازی و دستیابی به اهداف مورد نظر در هر نظام حاکمیتی است. از این‌رو، بخش صنعت و به‌خصوص خودرو به‌عنوان بخش مهم و تأثیرگذار این نظام، نیازمند اتخاذ سیاست‌های کارآست. در سال‌های اخیر صنعت خودروسازی جهان دستخوش تغییرات زیادی شده است که مهمترین آن پیشرفت اقتصادهای نوظهور در قالب کشورهای گروه بریکس و پیشتر شدن کشور چین با تولید بیش از ۲۳ میلیون دستگاه خودرو و تصاحب رتبه اول تولید خودروی جهان است. با توجه به اهمیت صنعت خودروسازی در اقتصاد کشورها به‌خصوص ایجاد فرصت‌های شغلی فراوان مستقیم و غیرمستقیم صرف‌نظر از میلیاردها دلار گردش مالی، پیوندهای زیاد با

دیگر بخش‌های مولد و اهمیت آن در رشد اقتصادی کشورها، رویکرد و نوع استراتژی آنها در حال حاضر و سال‌های آتی بسیار حائز اهمیت و برای تداوم بقای این شرکت‌ها و حفظ قدرت رقابت‌پذیری و سهم بازار جهانی خودرو نقش حیاتی دارد. به همین دلیل هدف اصلی این گزارش بررسی و تحلیل استراتژی کشورهای مختلف خودروسازی جهان و استفاده از تجربیات قابل اجرای آنها در صنعت خودروسازی کشور به خصوص در شرایط پساتحریم و برنامه ششم توسعه است.

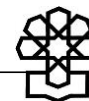
در بخش اول این گزارش مطالعه بررسی روند تحولات صنعت خودرو در جهان و در بخش دوم، به رویکرد کشورهای مختلف، اعم از صاحبان صنعت خودروسازی و یا همتراز صنعتی و در حال توسعه به تفصیل پرداخته شده است، در بخش نهایی نیز جمع‌بندی بررسی صنعت خودروی جهان به خصوص کشورهای نوظهور، سیر تکوینی صنعت خودروی کشورهای در حال توسعه و استخراج تجارب صنایع خودروسازی جهان جهت تطبیق در ایران ارائه خواهد شد.

### بررسی روند تحولات صنعت خودرو در جهان

روند تکاملی صنعت خودرو در جهان نشان می‌دهد که از سال ۱۸۹۶ تاکنون تحولات رو به پیشرفت و به هم تنیده‌ای تداوم پیدا کرده و این روند تکاملی در راستای کسب درآمد و سهم بیشتر بازار جهانی بوده است. در ابتدای سیر تکامل صنعت خودرو؛ تمامی فعالیت‌های زنجیره ارزش (value-chain) از تأمین مواد اولیه تا خدمات پس از فروش توسط خود خودروساز صورت می‌گرفته است تا اینکه در اواخر دهه ۱۹۴۰ و اوایل دهه ۱۹۵۰ میلادی، برون‌سپاری فعالیت‌های تأمین قطعات و خدمات، شروع و تحولات جدید در زنجیره تأمین شکل گرفت.

در دهه ۱۹۹۰ میلادی به دنبال قوت گرفتن بحث آزادسازی تجارت جهانی، کاهش تعرفه‌های گمرکی و حذف موانع غیرتعرفه‌ای، بازار جهانی خودرو شدیداً رقابتی شد و روند ادغام خودروسازان و قطعه‌سازان و شکل‌گیری تأمین‌کنندگان رده‌های اول تا سوم و تأمین‌کنندگان بزرگ جهانی (Mega-supplier) شروع شد. در دهه ۲۰۰۰ میلادی عمده تحولات در صنعت خودروی جهان، معطوف به شکل‌گیری قدرت‌های نوظهور در عرصه تولید خودرو با عنوان کشورهای گروه بریکس (BRICs)<sup>۱</sup> و توسعه سرمایه‌گذاری‌های خارجی توسط برندهای معروف خودروسازی و قطعه‌سازی می‌باشد.

۱. نام گروهی به رهبری قدرت‌های اقتصادی نوظهور است که از به هم پیوستن حروف اول نام انگلیسی کشورهای عضو شامل برزیل، روسیه، هند و آفریقای جنوبی تشکیل شده است. در ابتدا نام این گروه بریک (Bric) بود که پس از پیوستن آفریقای جنوبی به بریکس تغییر نام یافت. اگرچه اعضای گروه بریکس همگی به غیر از روسیه در رده کشورهای در حال توسعه یا اقتصادهای در حال ظهور هستند اما عموماً به واسطه اقتصادهایی با رشد پرشتاب و فراگیر و همچنین نفوذ تأثیرگذار بر امور جهانی و منطقه‌ای از دیگر کشورها متمایز می‌شوند. بریکس نمایانگر نیمی از جمعیت جهان است و حدود ۲۸ درصد قدرت اقتصادی دنیا را در اختیار دارد. در سال ۲۰۱۳ میزان اسمی تولید ناخالص داخلی این گروه ۱۳۶۰۰ میلیارد دلار آمریکا بوده است.



به منظور شناسایی بهتر دوره‌های تکاملی صنعت خودرو در جهان خلاصه این روند در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱. دوره‌های تکاملی صنعت خودرو در جهان

دوره	عمده تحولات انجام شده
سال ۱۸۹۶ میلادی	سرآغاز تولید انبوه خودرو؛ راه‌اندازی دو خط ابتدایی در اروپا و آمریکا.
سال ۱۹۱۳ میلادی	- ابداع خط بسته کاری متحرک (مونتاژ) توسط شرکت فورد و تولید ۲۵۰ هزار دستگاه خودرو مدل تی (T) - انجام کلیه فعالیت‌های زنجیره ارزش از تأمین مواد اولیه تا خدمات پس از فروش توسط خودروساز.
سال ۱۹۴۵ میلادی	آغاز برون‌سپاری (out – source) فعالیت‌های تأمین و خدمات در راستای ارتقای رقابت‌پذیری.
سال ۱۹۵۰ میلادی	آغاز شکل‌گیری تحولات جدید در زنجیره تأمین و افزایش تعداد تأمین‌کنندگان (تغییر تعداد تأمین‌کنندگان فورد به ۶۰۰۰ شرکت).
دهه ۱۹۹۰ میلادی	- آزادسازی تجارت جهانی به صورت کاهش تعرفه‌های گمرکی و حذف محدودیت‌های غیرتعرفه‌ای. - شکل‌گیری فضای بسیار رقابتی بازار جهانی خودرو در نتیجه اضافه ظرفیت (حدود ۲۵ میلیون دستگاه). - جهانی شدن صنعت خودرو و شکل‌گیری روندهای ادغام خودروسازان (Merge) و به تبع آن قطعه‌سازان. - چند ملیتی شدن شرکت‌های خودروساز و قطعه‌ساز. - تأمین جهانی (Global Sourcing) و شکل‌گیری تأمین‌کنندگان رده‌های اول، دوم و سوم (Tierها) و تأمین‌کنندگان بزرگ مقیاس مگاساپلایر (Tier 0.5).
دهه ۲۰۰۰ میلادی	- توسعه و انتقال تولید خودرو به اقتصادهای در حال توسعه و نوظهور (کشورهای گروه بریکس شامل برزیل، روسیه، چین، هند و آفریقای جنوبی) با هدف اقتصادی‌تر شدن تولید. - توسعه سرمایه‌گذاری خارجی توسط خودروسازان و الزام قطعه‌سازان به تبعیت از این سیاست خودروسازان.

بنابراین همان‌گونه که در مبحث قبلی توضیح داده شد؛ سیر تحول زنجیره ارزش در صنعت خودروی جهان طی دهه‌های مختلف تغییر پیدا کرد و نقش خودروساز در فرایندهای مختلف تأمین‌کننده مواد اولیه، قطعات، تأمین مدول‌ها، مونتاژ خودرو، مدیریت نشان (برند)، فروش و توزیع و خدمات پس از فروش دچار تحولات اساسی شد. برای مثال در دهه ۱۹۳۰ به استثنای خدمات پس از فروش، کلیه فرآیندهای فوق‌الذکر را خودروساز به تنهایی انجام می‌داد اما در دهه ۱۹۷۰، تأمین مواد اولیه و تأمین قطعات به شبکه تأمین‌کنندگان رده‌های اول تا سوم و مدیریت نشان (برند)، فروش و توزیع و خدمات پس از فروش نیز به عاملین فروش و توزیع واگذار شد و خودروساز فقط در بخش تأمین مدل‌ها و مونتاژ خودرو فعالیت می‌کرد.

از دهه ۱۹۹۰ تاکنون روز به روز بر نقش تأمین‌کنندگان (Tier)ها<sup>۱</sup> افزوده و به همان نسبت از سهم عاملین فروش و توزیع کاسته شد به‌گونه‌ای در سال‌های اخیر، خودروسازان بیشتر مدیریت نشان (برند)، بازاریابی و فروش و توزیع را انجام می‌دهند و کلیه فعالیت‌ها از تأمین مواد اولیه تا مونتاژ خودرو به شبکه تأمین‌کنندگان واگذار می‌شود.

جدول ۲ عمده تحولات صنعت خودرو در کشورهای توسعه‌یافته را نشان می‌دهد.

### جدول ۲. مهمترین تحولات صنعت خودروی کشورهای توسعه‌یافته

۱	شکل‌گیری زنجیره تأمین منتخب خودروسازان از طریق شناسایی، ارزیابی، انتخاب، به‌کارگیری و پرورش.
۲	حرکت یکپارچه صنعت خودروی جهان به سمت استفاده از پلتفرم‌های مشترک مقیاس جهانی.
۳	شکل‌گیری شبکه‌های تأمین جهانی (Tiero. 5, Tier 1, Tier 2, Tier3).
۴	تأمین جهانی براساس معیار انتخاب جمع هزینه‌های تأمین در محل مصرف (Landed Cost).
۵	تولید جهانی براساس شرایط محیطی؛ منابع در دسترس براساس بازارهای موجود و بالقوه.
۶	روند فزاینده ادغام و تصاحب <sup>۲</sup> (M&A) خودروسازان و قطعه‌سازان با هدف ارتقای رقابت‌پذیری.
۷	تغییر استراتژی‌های تولید و فروش خودروسازان بزرگ جهانی و حرکت به سوی بازارهای نوظهور.
۸	اتصال صنعت خودرو و قطعه‌سازی بومی به بازیگران جهانی صنعت خودرو.
۹	به‌روز کردن تکنولوژی‌ها تولید و توسعه مصرف سوخت‌های غیرفسیلی و افزایش راندمان و کارایی خودرو با کاهش سوخت.

### استراتژی کشورهای جهان در بخش خودروسازی

#### ۱. کره جنوبی<sup>۳</sup>

کره جنوبی ۵۱ سال پیش با تصویب قانون خودرو به مدت ۲۵ سال واردات خودرو را ممنوع کرد، پنج سال بعد برای تأسیس کارخانه خودرو ضوابط تعیین کرد. برای مثال داشتن ۷ میلیون دلار سرمایه، یک میلیون متر مربع زمین و داشتن خطوط شاسی، بدنه، رنگ و مونتاژ از شرایط اولیه بود. از همان ابتدا تأکید کره جنوبی جذب سرمایه‌گذاری خارجی برای افزایش همکاری فنی و جذب دانش لازم از طریق اتصال با ژاپنی‌ها بود. مهمترین اقدام این کشور در جهت توسعه صنعت خودرو بعد از جذب دانش فنی و اختصاص وام به صنعت قطعه‌سازی برای مدرن کردن تجهیزات خطوط بود.

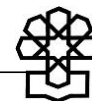
تدوین برنامه استراتژیک صنعت خودرو کره جنوبی قدمتی ۴۰ ساله دارد که در آن ضوابط سخت‌گیرانه‌ای برای انتخاب مدل روز خودرو (که در کشور دیگری تولید یا عرضه نشده باشد) با قابلیت

۱. Tiered Supplier Network: شبکه تأمین‌کنندگان در تولید ناب.

در گذشته شبکه تأمین‌کنندگان در صنایع به صورت نظام‌مند نبود، اما شبکه تأمین‌کنندگان در صنایع امروزی به‌صورت زنجیری است که هر رده از این زنجیره را Tier می‌نامند.

۲. Merge and Acquisitions

۳. رضا شیرازی، دولت و توسعه در کره جنوبی، فصلنامه علوم سیاسی، ش ۱۵، ۱۳۹۰.



رقابت در بازار بین‌المللی در نظر گرفته شده بود. در این برنامه‌ریزی استراتژیک تأکید اصلی، اتخاذ سیاست‌هایی بود که صنعت قطعه‌سازی با انجام سرمایه‌گذاری‌های مشترک خارجی به یک صنعت بین‌المللی تبدیل شود. از ویژگی‌های این سند برنامه‌ریزی استراتژیک، تأکید بر ساخت داخل قطعات پیچیده، رسیدن به کیفیت شرکت‌های جهانی و ارتقای بهره‌وری براساس یک جدول زمانبندی بود. کره جنوبی از ۲۶ سال پیش ممنوعیت واردات را لغو و تعرفه واردات را تا ۱۰ درصد تنزل داد، اما تسهیلات و یارانه‌های دولتی در حمایت از صنعت خودرو را کاهش نداد در مقابل از آن زمان به بعد سیاست‌های جهانی شدن، افزایش ظرفیت تولید را با جدیت بیشتر دنبال کرد به گونه‌ای که در سال ۲۰۱۴ با تولید بیش از ۴/۵ میلیون دستگاه خودرو در جایگاه پنجم جهان قرار دارد.

بنابراین رمز اصلی موفقیت مدل توسعه صنعت خودروی کره جنوبی، داشتن برنامه استراتژیک صنعت خودرو و اتخاذ روش‌های اجرایی برای توسعه صادرات از طریق کاهش کنترل مرکزی و اعطای آزادی بیشتر در بازار، اعطای وام با بهره کم به تولیدکنندگان کالاهای صادراتی، تخفیف مالیاتی و احداث مراکز نظارت و تشویق صادرات بود.

## ۲. هند

سند اهداف صنعت خودروی کشور هند در سال ۲۰۰۶ و برای ۱۰ سال یعنی تا سال ۲۰۱۶ تدوین شده و هدف این سند تبدیل شدن هند به مقصدی جهانی برای طراحی و ساخت خودرو و قطعات آن است. انتظار تدوین‌کنندگان این سند این است که صنعت خودروی این کشور معادل ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی، درآمدزایی داشته باشد و برای ۲۵ میلیون نفر اشتغال ایجاد کند. کشور هند در حال حاضر با تولید حدود ۳/۸ میلیون دستگاه خودرو در سال ۲۰۱۴ در رتبه ششم جهان قرار دارد.

از مهمترین ویژگی‌های این سند، اتخاذ سیاست عدم واردات از کشورها یا اقتصادهایی که با هند ارتباط یا مشارکت ندارند و توسعه همکاری با کشورهایی است که دارای تفاهمنامه مشارکت هستند. هند برای سرمایه‌گذاری‌های بیش از ۵۰۰ کرور، معافیت مالیاتی در نظر گرفته و برای سود ناشی از صادرات، ۱۰۰ درصد معافیت از مالیات مقرر کرده است. سرمایه‌گذاری‌های جدید نیز به میزان ۱۰ تا ۳۰ درصد کل درآمد خالص از مالیات معاف هستند. به‌طور کلی توجه بیشتر دولت به منطقی نمودن و ساده‌سازی قانون مالیات برای جابجایی خودروها و کالاها بین شهرها و ایالت‌هاست.

هند برای توسعه صنعت خودروی خود بیشتر جنبه‌های زیربنایی مثل توسعه جاده‌ها و بنادر و زیرساخت‌های ریلی برای جابجایی خودرو و پروژه‌های پارکینگ چندمنظوره در بنادر و همچنین توسعه زیرساخت‌های تأمین برق را در دستور کار خود قرار داده است.<sup>۱</sup>

۱. ساپکو، بررسی تحولات صنعت خودروی جهان و ایران، امور مطالعات و برنامه‌ریزی استراتژیک، مردادماه ۱۳۹۲.

در خصوص توسعه محصول، کشور هند با شکل‌دهی به یک مرکز طراحی ملی به دنبال توسعه مهارت و ابزارهای مورد نیاز جهت تسریع در انجام فرآیندهای طراحی خودروهای جدید و متناسب با بازار داخل است. از اهداف اصلی این سند در خصوص توسعه محصول، کاهش فاصله کیفیت، زیبایی ظاهری و امکانات خودروها با کلاس جهانی (از طریق پشتیبانی از شرکت‌های کوچک و متوسط در حوزه تحقیق و توسعه) است.

مشوق‌هایی که دولت هند برای توسعه صنعت خودرو وضع نموده، بیشتر در جهت ارتقای رقابت‌پذیری و افزایش نوآوری در عرضه محصولات جدید با هزینه پایین است. دولت هند از همکاری بین صنایع و مؤسسات تحقیقاتی و آکادمیک با صنعت خودرو (ارتباط صنعت با دانشگاه) به منظور بهبود فرآیندهای تولید و کیفیت خودرو و قطعات آن حمایت می‌کند و برای یکپارچگی فناوری اطلاعات در تولید و توسعه خودرو، حاضر به سرمایه‌گذاری است. در همین راستا دولت هند برای تحقیقات بنیادی، مشوق‌های مالیاتی ۱۰۰ درصدی و برای کاربردها و تکنولوژی‌های رقابتی مشوق ۷۵ درصدی و برای توسعه محصول، مشوق مالیاتی ۵۰ درصدی در نظر گرفته است. همچنین برای انتقال دانش فنی و به‌کارگیری سوخت‌های جایگزین هم، مالیات را به صفر رسانده است. به‌طور کلی عمده تحولات صنعت خودرو در هند در قالب جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. بارزترین تحولات صنعت خودروی هند

۱	تغییر سهم بازار تولید خودروسازان داخلی از ۳۱ درصد در ۲۰۰۸ به ۳۳ درصد در ۲۰۱۴.
۲	تغییر سهم بازار تولید خودروسازان خارجی از ۶۹ درصد در ۲۰۰۸ به ۶۶ درصد در ۲۰۱۴.
۳	سهم واردات کمتر از ۱ درصد.
۴	تولید ۴/۱ میلیون دستگاه و فروش ۳/۵ میلیون دستگاه خودرو در سال ۲۰۱۲.
۵	تحرک صادراتی گسترده در بازارهای جهانی.
۶	خرید ۵۰/۳ درصد از سهام شرکت تکنولوژی خودروی برقی نروژ (Mij Grenland) توسط مجموعه تاتاموتورز.
۷	خرید بخشی از دارایی‌های شرکت ویستن (Visteon) توسط خودروبی آمتک (Amtek Auto).
۸	خرید ۶۰ درصد از سهم قطعه‌ساز آلمانی (Henniges Automotive Grefrath) توسط گروه رایا (Ruia).
	اقدام شرکت هندی آپولو تایر (Apollo Tyres) در تصاحب دو شرکت اروپایی دانلوپ تایر (Dunlop tyres (South Africa) و ردستین باندن (Vredestein Banden).
۹	تثبیت جایگاه شرکت‌های بهارات، <sup>۱</sup> سادرام فستنز <sup>۲</sup> و شرکت تاتا <sup>۳</sup> در بازارهای بین‌المللی و ثبت حقوق مالکیت معنوی محصولات آنان در بازارهای جهانی.
۱۰	تصاحب کامل شرکت اتوبوس‌سازی هیسپانو کاروسرا (Hispano Carrocera) توسط شرکت تاتا در اسپانیا.
۱۱	تصاحب شرکت‌های جگوار و روور انگلیس توسط شرکت تاتا.
۱۲	تصاحب ۷۰ درصد سهام سانگ یانگ کره جنوبی توسط شرکت ماهیندرا - ماهیندرا در سال ۲۰۱۱.

۱. Baharat Forge

۲. Suadram Fasteners

۳. Tata Auto Comp Systems



### ۳. ترکیه

ترکیه، صنعت خودرو را از نیم قرن پیش با مونتاژ آغاز کرد، اما بعد از گذشت ۲۰ سال به اهمیت بومی‌سازی و توسعه قطعه‌سازی پی برده است. حدود ۳۰ سال است که از توسعه ظرفیت‌ها و تأکید بر اهمیت مدرن‌سازی صنعت خودرو در ترکیه می‌گذرد، اما آنچه باعث تحول در صنعت خودروی کشور ترکیه شده، ورود هوندا و تویوتا به خاک ترکیه برای تولید بود که از سال ۱۹۹۵ به بعد صادرات مدل‌های به روز خودرو از ترکیه به بازارهای کشورهای همسایه و حتی قاره اروپا شروع شده است. از آغاز سال ۲۰۰۰ میلادی صنعت خودروی ترکیه به دنبال تمرکز روی تحقیق و توسعه و مالکیت طراحی و فناوری صنعتی و مدیریت دانش است.

از سال ۲۰۰۸ به بعد، کاهش هزینه‌های تحقیق و توسعه در ترکیه به دلیل وضع قوانین جدید مالیاتی و معافیت شرکت‌های تحقیقاتی ۱۰۰ درصد کاهش یافته است. برای مثال از حمایت‌های دولت ترکیه از تحقیق و توسعه می‌توان به سرمایه‌گذاری ۳۰۰ میلیون دلاری در توسعه سامانه TUBİTAK-MAM اشاره کرد که طی یک برنامه ۵ ساله، سرمایه‌گذاری در بخش تحقیق و توسعه را به اندازه ۲ درصد تولید ناخالص داخلی افزایش می‌دهد.

مرکز تحقیق و توسعه و تکنولوژی خودرو در ترکیه در دانشگاه استانبول مستقر شده و ۱۲ میلیون دلار به آن تخصیص یافته است. همچنین برای احداث تست تصادف خودرو در آنکارا تسهیلات ویژه از سوی دولت تخصیص یافته است.<sup>۱</sup>

از جمله تلاش‌ها و بسترسازی‌های کشور ترکیه در جهت رسیدن به تجربه ساخت داخل عبارتند از:

- وجود ۱۱۰۰ شرکت قطعه‌ساز در کشور ترکیه،
  - حضور ۱۹۲ قطعه‌ساز عمده جهانی در ترکیه،
  - انجام ۱۸۵ مورد سرمایه‌گذاری مشترک،
  - تلاش بی‌وقفه برای جذب همکاری‌های خارجی و رشد صادرات.
- بنابراین می‌توان توان بالای کشور ترکیه در تولید خودروهای روز جهان را ناشی از:
- حضور اکثر خودروسازان و قطعه‌سازان عمده جهانی،
  - بهره‌مندی از سطح بالای همکاری با خودروسازان برتر جهانی (فورد، رنو، تویوتا، پژو، هیوندای، مرسدس بنز، هوندا، و...).

**کشور ترکیه با توجه به تمرکز استراتژیک بر جذب همکاری‌های خارجی (به‌ویژه سرمایه‌گذاری) خودروسازان و قطعه‌سازان جهانی از تجربه موفقی برخوردار می‌باشد.**

۱. نگاهی به صنعت خودروی ترکیه، مدیریت پشتیبانی صادرات و توسعه بازار، ۱۳۹۲ و گروه صنعتی ایران خودرو، بررسی صنعت خودروی ترکیه؛ نگاهی به آینده، معاونت استراتژی و برنامه‌ریزی ۱۳۹۲.

## الف) استراتژی صنعت خودرو در کشور ترکیه

روند تکاملی صنعت خودرو در کشور ترکیه در دو بخش بازار حمایت شده و آزاد در جدول ۴ آورده شده است:

جدول ۴. روند تکاملی صنعت خودرو در کشور ترکیه

بازار حمایت شده (۱۹۶۰-۱۹۹۵)	
سال‌های ۱۹۶۰ - ۱۹۷۰	دوره مونتاژ خودرو تحت لیسانس (License)
سال‌های ۱۹۷۰-۱۹۸۰	دوره توسعه صنعت قطعه‌سازی و بومی‌سازی (Localization)
سال‌های ۱۹۸۰-۱۹۹۰	دوره افزایش ظرفیت (ظرفیت‌سازی) و مدرن‌سازی (Modernization)
سال‌های ۱۹۹۰-۱۹۹۵	به‌روزرسانی مدل‌ها و صادرات
بازار آزاد (۱۹۹۵-۲۰۱۰)	
سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۰۰	اتخاذ رویکرد همگرایی کامل بر پایه ساخت، همزمان با ورود تویوتا و هوندا به ترکیه
سال‌های ۲۰۰۰-۲۰۱۰	تقویت تحقیق و توسعه (R&D)، مدیریت، طراحی و فناوری، مالکیت صنعتی و معنوی
هدفگذاری در سال ۲۰۱۰	تبدیل شدن به مرکز دارای مزیت در صنعت خودرو و قطعه‌سازی

استراتژی‌های کلان صنعت خودروی ترکیه و راهکارهای رسیدن به این اهداف در قالب جدول ۵

شرح داده شده است:

جدول ۵. استراتژی‌های کلان صنعت خودروسازی ترکیه و راهکارهای دستیابی

راهکارها	استراتژی کلان
- ارتقای تقاضای بازار داخلی - تداوم و گسترش صادرات	حداکثر بهره‌برداری از ظرفیت‌های تولید از طریق
- کاهش هزینه‌ها با ارتقا و بهبود بهره‌وری - تقویت و توسعه نوآوری در صنعت	ارتقای توان رقابت‌پذیری از طریق
- هم‌افزایی و انتخاب شرکای استراتژیک (Strategic Partnerships) - همکاری مؤثر در سطح پیش‌رقابتی (Per-competitive)	توسعه همزمان خودرو و مجموعه‌ها در صنعت از طریق

تحلیل بازار خودروی ترکیه نشان می‌دهد که یکی از مهمترین نیازهای اساسی برای رشد بخش خودرو در ترکیه، تنظیم متعادل مالیات و کاهش بر مالیات فروش خودروی سواری است. سهم مالیات بر مصرف در ترکیه نسبت به سایر مالیات‌ها، بیشتر از میانگین کشورهای عضو اتحادیه اروپا (OECD) است و این سهم در ترکیه دارای روند افزایشی است. همچنین مالیات بر مصرف ویژه، صرفنظر از سایر عوارض و مالیات‌های پرداختی در ترکیه خود به تنهایی تقاضای خودروهای جدید را کاهش می‌دهد و بر ترجیحات مشتری به شدت اثر می‌گذارد.



## ب) تحلیل روندهای ادغام و اکتساب (Merge & Acquisition) در صنعت خودرویی ترکیه

فعالیت‌های ادغام و اکتساب در صنعت خودرویی ترکیه در حال افزایش است و ۳ روند اصلی در گذر تاریخی صنعت خودرویی ترکیه به صورت زیر بوده است:

۱. اکتساب توسط تولیدکنندگان بازارهای توسعه یافته (مانند تیتان ایتالیا و بریجستون) با اهداف:

- خرید ظرفیت تولید

- کسب منفعت از مزیت ناشی از پایین بودن هزینه یا افزایش تنوع محصول

به نظر می‌رسد این‌گونه اکتساب‌ها در صنعت خودرویی ترکیه ادامه خواهد یافت.

۲. اکتساب کانال‌های توزیع توسط خودروسازهای جهانی

میزان اکتساب در توزیع، توسط شرکت جانسون کنترل و افزایش سهام آل ج (ALJ) در بازاریابی تویوتا که هدف آنها افزایش سهم در زنجیره ارزش بازار در حال رشد ترکیه، در حال افزایش می‌باشد. با توجه به ظرفیت در حال افزایش کشور ترکیه در تعداد خودرو به ازای هر نفر در ترکیه (سرانه خودرو در ترکیه) انتظار می‌رود تمایل توزیع‌کنندگان و قطعه‌سازان به فعالیت در بازار داخلی افزایش یابد.

۳. سرمایه‌گذاری مالی در شرکت‌های قطعه‌سازی

شرکت‌های قطعه‌سازی در کشور ترکیه به سرعت در حال رشد هستند و به سرمایه نیاز دارند و به همین دلیل انجام سرمایه‌گذاری‌های مالی در صنایع قطعه‌سازی ترکیه در حال افزایش است (مانند سرمایه‌گذاری بانک مرچنت در مارتور).

براساس تحلیل شرکت مشاوره‌ای و ارزیابی کا پی ام جی (KPMG) گام منطقی بعدی برای قطعه‌سازان در ترکیه طی ۲ تا ۴ سال آینده، اکتساب در اروپای شرقی و کشورهای همسایه به‌ویژه روسیه خواهد بود.

به اعتقاد خودروسازان ترکیه سه فاکتور مهم در جذب سرمایه‌گذاری در صنعت خودرو؛ مشوق‌های سرمایه‌گذاری، زیرساخت‌های صنعت یا کیفیت تأمین‌کننده و بهره‌وری نیروی کار می‌باشد. همچنین پتانسیل بازار داخلی فاکتور مهمی در جذب سرمایه‌های جدید در صنعت خودرویی ترکیه می‌باشد و مهمترین نیازمندی‌ها و اقدامات لازم جهت جذب سرمایه‌ها عبارتند از:

- بهبود مشوق‌ها و محیط سرمایه‌گذاری،

- توسعه بلندمدت همکاری‌های تأمین‌کنندگان ترکیه و سرمایه‌گذاران در پروژه‌های جهانی،

- افزایش سطح بهره‌وری،

- افزایش همکاری‌های تحقیق و توسعه (R&D).

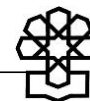
ارزیابی توسعه صنعت خودروی ترکیه در ۱۲ سال اخیر نشان می‌دهد که ظرفیت تولید ۱/۶۶ برابر و تولید خودرو ۳ برابر افزایش داشته است و این افزایش حاصل استفاده بیشتر از ظرفیت‌های موجود به جای سرمایه‌گذاری جدید می‌باشد. از منظر خودروسازان ترکیه، استراتژی‌های اصلی جهت رشد در صنعت خودرو به ترتیب توسعه محصولات و یا استفاده از تکنولوژی‌های جدید، افزایش ظرفیت تولید جهت جبران هزینه‌ها و نفوذ به بازارهای جدید است. همچنین تنوع در سبد تولید و توسعه مدیریت برند در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

#### ۴. چین

سند اهداف توسعه صنعت خودروی چین در سال ۱۹۹۴ تدوین شد و صنایع خودرو و موتورسیکلت را پوشش می‌داد و هدف اصلی آن اصلاح ساختار این صنعت به منظور هدایت سرمایه‌گذاری‌های پراکنده و دستیابی به مقیاس اقتصادی تولید بود. برای رسیدن به این منظور ایجاد مؤسسات و بنگاه‌های اقتصادی بزرگ، تخصصی شدن صنعت خودرو، بهره‌برداری بهینه از ظرفیت‌ها و کنترل مرکزی صنعت در دستور کار قرار گرفت و مالیات صفر درصد (درخصوص سرمایه‌گذاری در حوزه دارایی ثابت)، در اولویت قرار دادن صنعت خودرو در واگذاری سهام و فروش اوراق مشارکت بلندمدت، حمایت برای دریافت وام و حمایت‌های مالی بین‌المللی از آنها مورد تأکید قرار گرفت. دولت چین شرکت‌ها را در جهت ایجاد مراکز توسعه محصول با به‌کارگیری از دانش خارجی و به‌کارگیری و ترویج فناوری‌های الکترونیک حمایت کرد. در بخش سیاست‌های مالی و سرمایه‌گذاری، دولت چین شرکت‌ها را در جهت تأمین منابع مالی از مؤسسات مالی غیربانکی، سرمایه‌گذاری در بخش قطعه‌سازی و افزایش سرمایه از طریق فروش سهام تشویق کرد.

دولت چین اجازه سرمایه‌گذاری خارجی را تنها در شرایطی می‌داد که آن شرکت‌ها از نام تجاری معتبر و دانش فنی لازم و همچنین شبکه بین‌المللی بازاریابی و توزیع برخوردار باشند و در داخل کشور مرکز تحقیق و توسعه داخلی تأسیس نمایند و از همان ابتدا به امکان ایجاد تراز ارزی صادرات و واردات اهمیت ویژه‌ای قائل بود.

چین به هیچ عنوان اجازه واردات خودروهای دست دوم و بازسازی آنها را نداده است و تولید به روش قطعات نیمه‌منفصله (SKD) و سی کی دی کامل (FCKD) در چین به‌طور کلی ممنوع است و حمایت‌های دولت از صنعت خودرو تا زمانی است که صنعت خودروی چین به شرایط رقابتی برسد. در همین راستا از کلیه خودروهای وارداتی مطابق ضوابط مالیات اخذ می‌شود. در ضمن دولت چین کاهش مصرف سوخت و انرژی و آلاینده‌گی را مورد حمایت قرار می‌دهد و مکانیسم‌های تشویقی برای خرید



خودروی داخلی در نظر می‌گیرد و از همه مهمتر به هیچ‌وجه در مسائل فروش خودرو دخالت نکرده و تنها با ایجاد زیرساخت‌های مناسب و سیاستگذاری‌های صحیح مانع بروز دلالتی و واسطه‌گری می‌شود.<sup>۱</sup> سیر تکاملی صنعت خودروی چین در قالب چهار مرحله قابل تقسیم‌بندی است که عبارتند از:

#### ۱. سال‌های ۱۹۷۹-۱۹۵۳: دوره کنترل مرکزی و برنامه‌ریزی منطقه‌ای

از ویژگی‌های عمده این دوره مونتاژکاری و آغاز سیاست درهای باز در سال ۱۹۷۸ میلادی است و اقدامات اصلی در این دوره عبارتند از:

- تأسیس شرکت فاو (FAW) در سال ۱۹۵۳،

- تمرکز بر تولید خودروهای تجاری.

#### ۲. سال‌های ۱۹۹۴-۱۹۷۹: دوره تولید انبوه

از ویژگی‌های عمده این دوره توسعه همکاری با خودروسازان جهانی و قرارگیری صنعت خودرو در جمع صنایع پایه مورد حمایت در سال ۱۹۹۴ میلادی می‌باشد و اقدامات اصلی در این دوره عبارتند از:

- مالکیت دولتی تمامی شرکت‌های چینی

- تشکیل سرمایه‌گذاری‌های مشترک (JV) مختلف بین شرکت‌های مونتاژکار چینی و برندهای

معتبر جهانی،

- حمایت‌های تعرفه‌ای از تولید.

#### ۳. سال‌های ۲۰۰۴-۱۹۹۴ میلادی: دوره تمرکز

برندسازی و پیوستن چین به سازمان جهانی تجارت (WTO) در سال ۲۰۰۲ میلادی از مهمترین ویژگی‌های این دوره است و مهمترین اقدامات انجام شده عبارتند از:

- توسعه برندهای چینی مانند چانگان، چری، بی‌وای دی، بریلینس و ...

- تشکیل شرکت‌های خصوصی و نیمه‌دولتی،

- کاهش تعرفه‌ها در راستای سیاست‌های سازمان جهانی تجارت.

#### ۴. سال‌های ۲۰۰۴ تاکنون: دوره پیشرفت صنعت خودرو در چین

بومی‌سازی تکنولوژیکی و توسعه حضور خارجی از خط‌مشی‌های اصلی این دوره است و در سال ۲۰۰۶ چین به‌عنوان دومین خودروساز بزرگ و از سال ۲۰۰۹ به‌عنوان بزرگ‌ترین کشور خودروساز شناخته شده است. مهمترین اقدامات این دوره عبارتند از:

- تأسیس مراکز متعدد R&D در نقاط مختلف دنیا توسط خودروسازان چینی

- صادرات برندهای چینی،

۱. گروه صنعتی ایران خودرو، بررسی بازار صنعت خودرو چین، معاونت استراتژی و برنامه‌ریزی، مردادماه ۱۳۹۲.

- تأسیس سایت‌های خارجی توسط برندهای چینی،

- توسعه پژوهش بر روی سوخت‌های جایگزین.

به‌طور کلی عمده تحولات صنعت خودرو در چین طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ در قالب جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶. مهمترین تحولات صنعت خودروی چین

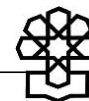
۱	تغییر سهم بازار تولید خودروسازان داخلی از ۴۹ درصد در ۲۰۰۸ به ۵۵ درصد در ۲۰۱۴
۲	تغییر سهم بازار تولید خودروسازان خارجی از ۴۷ درصد در ۲۰۰۸ به ۴۳ درصد در ۲۰۱۴
۳	سهم واردات بین ۲ تا ۳ درصد
۴	تبدیل شدن چین به بزرگترین بازار خودروی جهان
۵	تولید ۱۹/۳ میلیون دستگاه خودرو در ۲۰۱۲
۶	فروش ۱۹/۲ میلیون دستگاه خودرو در سال ۲۰۱۲
۷	تعدد برندهای چینی و هجوم آنها به بازارهای جهانی
۸	جذب سرمایه و تکنولوژی در ابعاد عظیم و بی‌سابقه
۹	اقدام GEELY در تصاحب سهام VOLVO
۱۰	اقدام شرکت BA چین در خرید سهام SAAB
۱۱	اقدام شرکت چینی Sichaun Tengzhong در خرید برند Hammer از GM

### جایگاه چین در صنعت خودروی جهانی

روند تولید خودرو در چین طی دوره ۴۰ سال از سال ۱۹۵۳ تا ۱۹۹۲ به مرز یک میلیون دستگاه رسید و در طی ۸ سال بعد به دو برابر افزایش یافت. طی ۳ سال یعنی از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۳ دو برابر افزایش و به مرز ۴ میلیون دستگاه خودرو رسید. اما جهش در تولید خودرو در چین در فاصله سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۰ اتفاق افتاد و تولید خودرو در این دوره از ۵/۷ به ۱۸/۳ میلیون دستگاه افزایش یافت و رتبه اول تولید جهانی تولید خودرو را به خود اختصاص داد و با تداوم روند صعودی ملایم در سال‌های بعدی به ۲۳/۷ میلیون دستگاه در سال ۲۰۱۴ رسید. صنعت خودروی چین از سال ۲۰۱۰ تاکنون رتبه اول تولید خودروی جهانی را در اختیار دارد.<sup>۱</sup>

جایگاه شرکت‌های قطعه‌ساز چین در بین ۵۰۰ شرکت برتر قطعه‌ساز جهانی در سال ۲۰۱۲ نشان می‌دهد که کشور چین با ۵۵ شرکت قطعه‌ساز برتر بعد از کشورهای ژاپن و آمریکا در رتبه سوم قرار دارد.

۱. آسیب‌شناسی صنعت خودروی کشور، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۴. (به‌منظور دسترسی به اطلاعات بیشتر به گزارش اشاره شده مراجعه گردد).



سهام کشورهای هند، برزیل و روسیه به عنوان کشورهای نوظهور در صنعت خودروی جهانی طی دوره مورد بررسی، سعودی با روندی ملایم و تدریجی است و در سال‌های اخیر سهم آنها از بازار جهانی خودرو تقریباً ثابت مانده است. روند سهم ایران از بازار جهانی تولید خودرو طی دوره مورد بررسی نشان می‌دهد که به رغم روند صعودی سهم ایران طی دوره ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ میلادی، از سال ۲۰۱۱ روند نزولی سهم ایران شروع شد و در سال ۲۰۱۳ به کمترین مقدار خود طی یک دهه اخیر رسید.<sup>۱</sup>

ساختار واردات و صادرات خودرو در چین در سال ۲۰۱۲ نشان می‌دهد که در ازای واردات ۱،۱۳۲،۰۳۱ دستگاه در این سال، ۱،۰۱۵،۷۲۹ دستگاه خودرو به کشورهای مختلف صادر کرده که مقصد صادراتی خودروهای چینی در جدول ۷ آمده است. همان گونه که در این جدول نشان داده شده است: بازار اصلی صادراتی خودروی چینی در سال ۲۰۱۲ به ترتیب کشورهای الجزایر، عراق، روسیه، ایران و شیلی بوده است. به عبارت دیگر ایران در سال ۲۰۱۲ با واردات ۷۷،۷۳۰ دستگاه خودرو چینی معادل حدود ۷/۷ درصد، چهارمین مقصد صادراتی خودروهای چینی بوده است. در حال حاضر حدود ۲۷ برند خودروساز چینی در بخش‌های مختلف خودروهای سواری و تجاری در ایران مشغول فعالیت هستند و پیش‌بینی می‌شود که این تعداد طی سال‌های آتی افزایش یابد.

جدول ۷. مقصد صادراتی خودروهای چینی در سال ۲۰۱۲ میلادی

رتبه	کشور	تعداد خودرو (دستگاه)	سهم (درصد)
۱	الجزایر	۱۴۹۷۶۰	۱۴/۷
۲	عراق	۹۰۰۵۷	۸/۹
۳	روسیه	۸۹۶۹۵	۸/۸
۴	ایران	۷۷۷۳۰	۷/۷
۵	شیلی	۶۲۶۵۳	۶/۲
۶	پرو	۳۴۶۷۹	۳/۴
۷	کلمبیا	۲۶۶۵۶	۲/۶
۸	ونزوئلا	۲۶۵۰۱	۲/۶
۹	عربستان سعودی	۲۴۵۳۳	۲/۴
۱۰	مصر	۲۳۹۳۳	۲/۴
۱۱	اکراین	۲۳۳۹۸	۲/۳
۱۲	برزیل	۱۲۳۳۲	۱/۲
۱۳	ویتنام	۵۱۷۳	۰/۵
۱۴	بنگلادش	۳۱۰۹	۰/۳
۱۵	برمه	۱۹۸۲	۰/۲
۱۶	آفریقای جنوبی	۱۸۵۱	۰/۲
۱۷	سایر	۳۵۷۵۴۰	۳۵/۲
	جمع	۱،۰۱۱،۵۸۲	۱۰۰

مأخذ: انجمن خودروسازان جهانی.

جدول ۸ بارزترین مشخصه‌های صنعت خودرو در چین را ارائه می‌دهد.

جدول ۸. مهمترین مشخصه‌های صنعت خودرو در چین

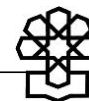
۱	رشد جهشی و مقیاس بالای تولید خودرو در چین (تولید بیش از ۲۳ میلیون دستگاه خودرو در سال ۲۰۱۴)
۲	شبکه بسیار گسترده قطعه‌سازی چین و ارتقای شرکت‌های قطعه‌ساز چینی در بین شرکت‌های برتر قطعه‌سازی در دنیا (۵۵ شرکت در بین ۵۰۰ شرکت برتر و جایگاه سوم جهان).
۳	رشد و گسترش صنعت قطعه‌سازی چین متناسب با رشد صنعت خودروسازی
۴	رشد سریع و ارتقای کیفیت خودروهای چینی طی سال‌های اخیر،
۵	ظرفیت‌سازی بالای انجام شده در بخش‌های مختلف صنعت خودروی چین،
۶	رشد تکنولوژیکی و سرمایه‌گذاری عظیم چین در حوزه‌های تحقیق و توسعه (R&D)
۷	روشن بودن چشم‌انداز و صنعت خودروی چین

## ۵. برزیل

برزیل نخستین برنامه ۵ ساله خود را در سال ۱۹۶۵ مبتنی بر تراز ارزی و حمایت از صنایع خودروسازی به‌عنوان سریع‌ترین و مؤثرترین راه توسعه صنعتی کشور تدوین کرد. از ویژگی‌های این سند توسعه، جذب فناوری و سرمایه‌گذاری خارجی و ایجاد پیوند بین بخش‌های مکمل صنعت خودرو و محدود کردن واردات و اجبار شرکت‌های خودروساز به تولید با ۹۰ تا ۹۵ درصد ساخت داخل بود. اعطای یارانه‌های گسترده توسط دولت و تضمین بازگشت سرمایه و رشد ۲۰ درصدی سالیانه صنعت خودرو بین سال‌های ۱۹۶۸ تا ۱۹۷۳ از نتایج این رویکرد بود. از سال ۱۹۷۳ به بعد و به‌ویژه در زمان بحران نفتی، کشور برزیل تمرکز خود را روی توسعه صادرات از طریق ارائه مشوق‌های صادراتی از جمله معافیت‌های مالیاتی برای ورود ماشین‌آلات و تجهیزات و معافیت از مالیات بر ارزش‌افزوده (تولیدات صادراتی) قرار داد. در این رویکرد شرکت‌ها ملزم به انعقاد قراردادهای بلندمدت صادراتی بودند و ساخت داخل شدن ۸۵ درصد از خودرو به یک الزام تبدیل شد و سیاست جایگزینی واردات تا سال ۱۹۹۰ حاکم بود.

در دهه ۱۹۹۰، استراتژی توسعه صنعت خودروی برزیل به سمت توسعه صادرات خودرو و قطعات، خصوصی‌سازی و حمایت از نوسازی صنعت خودرو معطوف شد و این کار از طریق ارائه مشوق‌های مالیاتی به‌منظور عرضه خودروهای کوچک و مردمی و کاهش تعرفه‌های واردات (جهت رقابتی شدن صنعت خودرو) پیگیری شد.<sup>۱</sup>

۱. محمد رحیم احمدوند، بررسی برخی مشکلات ساختاری صنعت خودروسازی و مقایسه تطبیقی آن با صنعت خودروسازی جهان، بررسی‌های بازرگانی، مهر و آبان‌ماه ۱۳۸۲.



به‌طور کلی مهمترین ویژگی‌های برنامه کشور برزیل در سیر تحولی توسعه صنعت خودرو به‌طور خلاصه در جدول ۹ ارائه شده است.

#### جدول ۹. مهمترین تحولات صنعت خودرو در برزیل

۱	همکاری با خودروساز و قطعه‌ساز خارجی براساس مقتضیات نیاز بازار (customizes)
۲	رشد پایدار و ملایم بازار.
۳	توسعه صنعت خودرو با حضور خودروسازان و قطعه‌سازان خارجی
۴	تغییر سهم بازار تولید خودروسازان خارجی از ۸۶ درصد در ۲۰۰۸ به ۸۳ درصد در سال ۲۰۱۴
۵	کاهش ۳ درصدی سهم واردات طی دوره سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴

اما در این سیر تحول، مشکلاتی که کشور برزیل در حمایت از صنعت خودروسازی با آنها مواجه شد عبارت بودند از:

- بروز کسری تجارت بین‌المللی قابل ملاحظه پس از بحران اقتصادی در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ میلادی؛

- فقدان قابلیت رقابت‌پذیری به‌دلیل:

- ارزش پول بیش از حد (over-appreciated) برزیل در برابر ارزهای خارجی،
- نرخ بهره بسیار بالا،
- فقدان و ضعف تکنولوژی داخلی،
- جذابیت کمتر سرمایه‌گذاری در تولید در مقایسه با واردات،
- برزیل برای افزایش ساخت داخل از طریق مکانیسم‌های غیرمستقیم، سیاست‌های زیر را انتخاب کرد:
  - ارائه یارانه مالی از طریق بانک توسعه برزیل (BNDES)،
  - معافیت مالیاتی برای میزان معینی از ساخت داخل و تولیدکنندگان ساخت داخل،
  - برقراری سهمیه برای خریدهای ترجیحی کالاهای داخلی در مناقصه‌های دولتی،
  - الزام حداقل ۶۵ درصدی ساخت داخل خودروسازان؛ علاوه بر سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه (R&D).

#### ۶. روسیه

به‌طور کلی توسعه صنعت خودرو روسیه با اتکا به خودروسازان و قطعه‌سازان خارج صورت گرفته است. جدول ۱۰ عمده تحولات صنعت خودروی روسیه را نشان می‌دهد.

## جدول ۱۰. عمده تحولات صنعت خودروی روسیه

۱	تولید ۳/۱ میلیون دستگاه و فروش ۲/۲ میلیون دستگاه در سال ۲۰۱۲ میلادی
۲	جهت‌گیری از واردات به تولید داخل پس از بحران سال ۲۰۰۸ میلادی
۳	تغییر سهم بازار تولید خودروسازان داخلی از ۲۸ درصد در سال ۲۰۰۸ به ۲۰ درصد در سال ۲۰۱۴ میلادی
۴	تغییر سهم بازار تولید خودروسازان خارجی از ۱۹ درصد در سال ۲۰۰۸ به ۴۴ درصد در سال ۲۰۱۴ میلادی
۵	کاهش سهم واردات از ۵۴ درصد در سال ۲۰۰۸ به ۳۶ درصد در سال ۲۰۱۴ میلادی
۶	ناتوان در بهره‌برداری از فرصت‌ها

## ۷. آفریقای جنوبی

جدول ۱۱ سیر تحولات صنعت خودرو در آفریقای جنوبی را نشان می‌دهد.

## جدول ۱۱. عمده تحولات و تجارب صنعت خودروی آفریقای جنوبی

۱	آغاز تولید خودرو در دهه ۱۹۲۰.
۲	رشد ۱۰ برابری فروش خودرو طی دهه‌های ۱۹۵۰ تا اوایل دهه ۱۹۸۰.
۳	کاهش رکود بازار در اواسط دهه ۱۹۹۰.
۴	فروش داخلی در نقطه اوج ۷۱۴ هزار دستگاه در سال ۲۰۰۶ و کاهش آن به ۳۹۵ هزار دستگاه در سال ۲۰۰۹.
۵	بروز مشکلات مربوط به حمایت‌گرایی بالا در صنعت خودرو در اواخر دهه ۱۹۸۰.
۶	ناکارآمدی صنعت خودروی آفریقای جنوبی و گرایش به شدت داخلی آن.
۷	تغییر اساسی در سال ۱۹۹۵ با آغاز برنامه توسعه صنعت خودرو (MIDP) <sup>۱</sup> و آغاز فرایند مستمر کاهش تعرفه‌ها.
۸	لغو حداقل میزان ساخت داخل و عوارض واردات بر قطعات و خودروی کامل (CBU) براساس موازنه صادرات.
۹	رشد فزاینده صادرات و واردات خودرو از سال ۱۹۹۵ میلادی.
۱۰	میزان ساخت داخل در صنعت خودروی آفریقای جنوبی بین ۵۰ تا ۶۰ درصد (حتی در مدل‌های پرتیراژ).

## ۸. مالزی

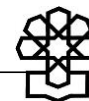
جدول ۱۲ به طور خلاصه سیر تحولات صنعت خودرو در کشور مالزی را نشان می‌دهد.

## جدول ۱۲. عمده تحولات و تجارب صنعت خودروی مالزی

۱	سال ۱۹۶۰: شروع اقدامات دولت برای رونق صنعت خودرو و قطعه‌سازی داخلی.
۲	سال ۱۹۶۶: برقراری موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای بر تمامی خودروهای وارداتی.
۳	سال ۱۹۸۵: شکل‌گیری دو شرکت پروتون و پرودا در مالزی برای اجرای برنامه تولید خودرو.
۴	سال ۱۹۸۸: اعمال تعرفه بر کلیه خودروهای وارداتی (به صورت C.B.U یا C.K.D).
۵	کاهش تعرفه خودرو در مرحله آخر برای هماهنگی با موافقتنامه آفتا <sup>۲</sup> (AFTA) که در ۲۸ ژانویه ۱۹۹۲ در سنگاپور به امضا رسید.
۶	برقراری الزامات غیرتعرفه‌ای مانند لایسنس (licensing) و سهمیه واردات.
۷	اعمال سیاست ساخت داخل کردن و تعیین حداقل (ارزشی) قطعات داخلی برای خودروسازان.
۸	الزام به ساخت داخل یا به‌کارگیری قطعات داخلی شامل ۵۰ تا ۸۰ درصد در خودروهای پروتون، ۳۵ تا ۹۵ درصد در خودروهای پرودا و ۳۵ تا ۶۵ درصد برای دیگر خودروسازان در سال ۲۰۰۲. لازم به ذکر است که الزام به ساخت داخل از ابتدای سال ۲۰۰۲ در راستای هماهنگی با موافقتنامه آفتا به تدریج کاهش یافت و در ژانویه سال ۲۰۰۲ میلادی، ۱۱ مورد قطعه و در دسامبر سال ۲۰۰۳ میلادی؛ ۱۹ مورد باقی مانده دیگر حذف گردید.
۹	جذب سرمایه‌گذار خارجی در صنعت خودرو و قطعه.

۱. Motor Industry Development Programme (MIDP).

۲. Asean free Trade Area (AFTA)



همان‌طور که در جدول ۱۲ به اختصار اشاره شد به طور کلی سیاست ساخت داخل خودرو در کشور مالزی با شکل‌گیری دو شرکت پروتون و پرودا و برقراری موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای شروع شد و با برقراری الزامات ساخت داخل و ارتقای توان طراحی پروتون با خرید شرکت طراحی لوتوس انگلستان و به‌خصوص حمایت از تولید خودروی ملی پروتون ادامه پیدا کرد، اما در نهایت به‌دلیل فقدان قابلیت رقابت‌پذیری، تجربه تولید خودروی ملی پروتون در کشور مالزی با شکست مواجه شد.

### جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

به‌طور کلی از جمع‌بندی بررسی صنعت خودروسازی در کشورهای مختلف جهان موارد زیر قابل استخراج و نتیجه‌گیری است:

- رشد آرام و با احتیاط ولی نامتقارن اقتصاد و صنعت خودروی جهان.
- تمرکز رشد و رونق بازار خودرو در بازارهای نوظهور.
- ادغام خودروسازان با هدف ارتقای رقابت‌پذیری (توسعه پلتفرم‌های مشترک مقیاس جهانی؛ تولید اقتصادی و...).
- چندملیتی شدن تولید در کشورهای توسعه‌یافته (واگذاری خودروسازان انگلیسی نظیر رولزرویس به بی ام و (BMW) و واگذاری جگوار و روور به شرکت تاتای هند).
- بهره‌گیری خودروسازان کشورهای درحال توسعه از همکاری‌های خارجی و توسعه توان تکنولوژی در تولید خودرو (تجربه ترکیه در تغییر رویکرد جایگزینی واردات با رویکرد توسعه صادرات).
- شکست تجربه تولید خودروی ملی (پروتون مالزی).
- تغییر رویکرد به توسعه صنعت قطعه‌سازی و خودروسازی از طریق جذب و گسترش همکاری‌های خارجی:

- **تجربه هند و چین:** ترکیب برندهای داخلی و خارجی، جذب سرمایه‌گذار خارجی و متقابلاً سرمایه‌گذاری در کشورهای خارجی.
  - **تجربه ترکیه:** توجه به جذب خودروسازان و قطعه‌سازان خارجی و اجتناب از رویکرد خودروی ملی.
  - **تجربه برزیل:** صرفاً جذب خودروساز و قطعه‌ساز خارجی براساس مقتضیات نیاز بازار.
  - **بهره‌گیری خودروسازان کشورهای درحال توسعه از همکاری‌های خارجی و توسعه توان تکنولوژی در تولید خودرو و در نهایت اتصال به شبکه تولید و توزیع جهانی.**
- جدول ۱۳ به‌طور خلاصه تجارب صنایع خودروسازی در کشورهای مختلف جهان را جهت تطبیق در ایران نشان می‌دهد.

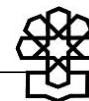
با بررسی موارد موجود در جدول فوق می‌توان دریافت که بسیاری از سیاست‌های انجام گرفته توسط کشورهای مختلف کم و بیش در ایران نیز در طی سال‌های مختلف وجود داشته است، اما نحوه اجرای این سیاست‌ها با کشورهای فوق متفاوت بوده و لذا صنعت خودروسازی ایران بهره‌چندان مناسبی از اعمال این سیاست‌ها نبرده است.

### جدول ۱۳. موارد قابل تطبیق صنعت خودروسازی در کشورهای مختلف جهان

ردیف	کشور	موارد قابل تطبیق
۱	کره جنوبی	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ تعیین زمان مشخص برای حذف حمایت‌ها و تعرفه‌ها</li> <li>✓ اختصاص وام به صنعت قطعه‌سازی برای مدرن کردن تجهیزات خطوط</li> <li>✓ تأکید بر ساخت داخل شدن قطعات پیچیده</li> <li>✓ اعطای وام با بهره کم و بدون معطلی به تولیدکنندگان کالاهای صادراتی</li> </ul>
۲	چین	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ترکیب برند داخلی و خارجی</li> <li>✓ جذب سرمایه‌گذار خارجی و متقابلاً سرمایه‌گذاری در کشورهای خارجی</li> <li>✓ اجازه سرمایه‌گذاری خارجی مشروط بر تأسیس مرکز تحقیق و توسعه داخلی</li> <li>✓ حمایت از کاهش مصرف سوخت و انرژی و آلاینده‌ها</li> <li>✓ طراحی مکانیسم‌های تشویقی برای خرید خودروی داخلی</li> </ul>
۳	هند	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ترکیب برند داخلی و خارجی</li> <li>✓ ساده‌سازی قانون مالیات برای جابجایی خودروها و کالاها بین شهرها و ایالت‌ها</li> <li>✓ جذب سرمایه‌گذار خارجی و متقابلاً سرمایه‌گذاری در کشورهای خارجی</li> <li>✓ حمایت از همکاری بین صنایع و مؤسسات تحقیقاتی و آکادمیک با صنعت خودرو به‌منظور بهبود فرآیندهای تولید، کیفیت خودرو و قطعات</li> </ul>
۴	ترکیه	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ توجه به جذب خودروسازان و قطعه‌سازان خارجی و اجتناب از رویکرد خودروی ملی</li> <li>✓ استقرار مراکز تحقیق و توسعه در دانشگاه و حمایت‌های مالی از آنها</li> </ul>
۵	برزیل	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ صرفاً جذب خودروساز و قطعه‌ساز خارجی براساس مقتضیات نیاز بازار</li> <li>✓ وضع مالیات برای ورود ماشین‌آلات و تجهیزات</li> <li>✓ معافیت از مالیات بر ارزش‌افزوده در تولیدات صادراتی</li> <li>✓ ادغام و اتصال به شبکه جهانی صنعت خودرو از طریق بهره‌مندی از مشارکت و سرمایه‌گذاری خودروسازان جهانی</li> </ul>

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

با توجه به فضای بسیار رقابتی بازار جهانی خودرو ناشی از اضافه ظرفیت (حدوداً ۲۵ میلیون دستگاه خودرو) در نتیجه جهانی شدن صنعت خودرو و قطعه‌سازی، ازدیاد درجه تمرکز در صنعت خودرو و قطعه‌سازی جهان (شکل‌گیری گروه‌های خودروساز) و همچنین چند ملیتی شدن شرکت‌های خودروساز و قطعه‌ساز و از طرفی تأمین؛ تولید و توزیع جهانی با شکل‌گیری Tierها، به‌نظر می‌رسد شرط تداوم بقا در بلندمدت در صنعت خودرو، اتصال به زنجیره تولید و توزیع جهانی می‌باشد.



۱. نگاهی به صنعت خودروی ترکیه، مدیریت پشتیبانی صادرات و توسعه بازار، ۱۳۹۲.
۲. بررسی خصوصی سازی با تأکید بر تجربه ایران (چالش ها و فرصت ها)، وزارت امور اقتصادی و دارایی، ۱۳۸۰.
۳. احمدوند، محمد رحیم. بررسی برخی مشکلات ساختاری صنعت خودروسازی و مقایسه تطبیقی آن با صنعت خودروسازی جهان، بررسی های بازرگانی، شماره ۲، مهر و آبان ۱۳۸۲.
۴. نگاهی اجمالی به استراتژی صنعت خودرو در کشورهای ترکیه و اندونزی، معاونت استراتژی و برنامه ریزی، گروه صنعتی ایران خودرو، ۱۳۹۱.
۵. بررسی بازار صنعت خودرو چین، گروه صنعتی ایران خودرو، معاونت استراتژی و برنامه ریزی، مردادماه ۱۳۹۲.
۶. بررسی صنعت خودروی ترکیه، گروه صنعتی ایران خودرو، نگاهی به آینده، معاونت استراتژی و برنامه ریزی، ۱۳۹۲.
۷. یوسف پور، قربان. انتقال تکنولوژی در جهان سوم و ایران، نشر تندیس، ۱۳۷۶.
۸. شجاعی، سعید و علی اصغر، اژدری. صنعت خودرو، بایدها و نبایدها، دفتر مطالعات انرژی، صنعت و معدن مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۳.
۹. سایت انجمن خودروسازان جهان OICA [www.oica.net](http://www.oica.net)
۱۰. تجارب خصوصی سازی در چند کشور توسعه یافته (انگلستان، فرانسه، ایتالیا)، سازمان صنایع ملی ایران، ۱۳۷۰.
۱۱. شیرازی، رضا. دولت و توسعه در کره جنوبی، فصلنامه علوم سیاسی، شماره ۱۵، ۱۳۹۰.
۱۲. بررسی تحولات صنعت خودروی جهان و ایران، ساپکو، امور مطالعات و برنامه ریزی استراتژیک، مردادماه ۱۳۹۲.
13. World Bank, World Integrated Trade Solutions (WITS)
14. Ghingold, Marry, Bruce, Johnson; "Intrafirm Technical Knowledge and Competitive Advantage: A Framework for Superior Market Driven Performance", *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol.13, No. 1, 1993.
15. Booz & Company, Global Innovation, Battelle R&D Magazine, 2012.
16. Wards 2011, IRI 2013a and center for automotive research 2013.
17. European vehicle Market Statistics. Pocketbook, Martin Campestrini, Peter Mock., Icct(The International Council On Clean Transportation), 2014 Edition.



مرکز پژوهش‌ها  
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۴۸۰۲

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: مطالعه تطبیقی صنعت خودروسازی در کشورهای مختلف جهان

نام دفتر: مطالعات انرژی، صنعت و معدن (گروه صنعت)

تهیه و تدوین کننده: سعید شجاعی

ناظران علمی: محمدرضا محمدخانی، هوشنگ محمدی، علی اصغر اژدری

متقاضی: معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی

ویراستار تخصصی: \_\_\_\_\_

ویراستار ادبی: \_\_\_\_\_

واژه‌های کلیدی: \_\_\_\_\_



تاریخ انتشار: ۱۳۹۵/۲/۱۱